

Pressespiegel 2023

Berichterstattung
NOVOMATIC

Erstellt von **Group Marketing & Communications**

Datum **04.09.2023 / KW 35**



Neue.at, 2.9.2023

Glücksspielriese Novomatic steigert Umsätze deutlich

03.09.2023 • 12:47 Uhr / 2 Minuten Lesezeit



Novomatic verzeichnet trotz steigender Umsätze einen Gewinnrückgang APA/ROBERT JAEGER

Mitarbeiterzahl wuchs um mehr als zehn Prozent an. Wachstumskurs auch mit Firmenübernahmen.

Der niederösterreichische Glücksspielkonzern Novomatic machte im 1. Halbjahr zwar mehr Umsatz, vom Gewinn bleibt aber weniger übrig. So sank das Periodenergebnis im Vergleich zum Vorjahreshalbjahr um 20 Prozent auf 98,3 Millionen Euro. Wie das Unternehmen am Freitag mitteilte, sei der Gewinnrückgang vor allem auf höhere Personalkosten, gestiegene Steuerleistung sowie höhere Zinsen und die Inflation zurückzuführen.

Die Erlöse (abzüglich Glücksspielabgaben und Wettgebühren) legten hingegen um 18,7 Prozent auf 1,38 Milliarden Euro zu. Deutlich angestiegen ist auch die Anzahl der Mitarbeiter: Diese kletterte in der ersten Jahreshälfte auf 24.590, ein Plus um 13,2 Prozentpunkte.

Mehrere Akquisitionen im In- und Ausland

Das Umsatzplus ist laut Firmenangaben auf "die gute Performance und [gesteigerte Nachfrage nach Novomatic-Produkten](#) sowie dem Zukauf von Unternehmen" zurückzuführen. Ein deutlicher Erlösanstieg wurde in Italien, Deutschland, Großbritannien und den USA verzeichnet. Im ersten Halbjahr tätigte der Glücksspiel- und Technologiekonzern mehrere Zukäufe. Im Online-Bereich baute die Greentube-Gruppe der Novomatic ihr nationales Portfolio durch die Akquisitionen der Ineor d. o. o. und der Alteatec-Gruppe sowohl im Bereich der Softwareentwicklung als auch im Bereich der System- und Plattforttechnologie weiter aus.

Im April übernahm der Glücksspielriese mit Sitz in Gumpoldskirchen die italienische 187 S.R.L., welche in 25 Spielhallen rund 630 AWP- und rund 690 VLT-Geräte betreibt.

In Österreich beschäftigt der Konzern mehr als 3000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Novomatic-Gewinn sank im ersten Halbjahr

GUMPOLDSKIRCHEN. Der Glücksspielkonzern Novomatic hat seinen Umsatz, auch dank mehrerer Zukäufe, im ersten Halbjahr um 20 Prozent auf 1,5 Milliarden Euro gesteigert. Das Periodenergebnis sank um 20 Prozent auf 98,3 Millionen Euro, was der Konzern auf höhere Personalkosten, gestiegene Steuerleistung, höhere Zinsen und die Inflation zurückführte. 24.590 Mitarbeiter sind beschäftigt, 3000 in Österreich.

Intergaming, September 2023



(Left to right) Chantel Crossley,
Alexander Merwald, Muriel Loftie-Eaton)

New management structure for Novomatic Africa

SOUTH Africa-based Novomatic Africa has announced a new management structure.

Sonya Nikolova is moving to Austria to take up a new role in global sales at Novomatic's headquarters. She has for several years served as a member of the local board of directors.

Muriel Loftie-Eaton joins fellow board of director member Alexander Merwald as managing director at Novomatic South Africa, which is focused solely on the South African market.

Head of Novomatic Africa Group's finance department Chantel Crossley joins Muriel Loftie-Eaton and Alexander Merwald as managing director of the local group's holding company Novomatic Africa Ltd, as well as joining Alexander Merwald as managing director co-heading the group's operational company in Eswatini.

"Since joining the Novomatic Group, I have been excited to be part of one of the largest integrated gaming companies in the world.

Intergaming, September 2023

FAZI

Booth 1259

FAZI, one of the leading manufacturers of multiplayer gaming devices, will be presenting their Titan six station roulette product which is GLI certified.

At this year's G2E show, Fazi will present an updated version of the roulette with additional betting options called "Mega Pay" and their signature "Lucky Number" jackpot.

Fazi is seeing a very positive year in Latin America with increased market presence and sales. Matjaz Petek, regional sales director, commented: "This year, we have focused on the Latino American markets, where we see a great growth potential for Fazi products. Our roulette has been very well accepted and we are very optimistic for the future years also because of our great partnership with Novomatic. Our R&D is very busy at the moment and we will be soon presenting exciting new products in the Fazi range."

Fazi - House of Games is based in Serbia, Europe. They are focused on the development of electronic roulettes, online casino games and LED displays. The company has seen an exponential growth in recent years partnering with more than 100 companies around the world.

You can meet the sales representatives of Fazi at the Novomatic booth at G2E.





Ainsworth net profit drops in 1H23 but revenue improves on the back of strong North and Latin America performance

Australian gaming machine manufacturer Ainsworth Game Technology reported AU\$4.1 million (\$2.6 million) in net profit attributable to shareholders in the first half of this year, an almost 30 percent drop from the same period last year.

According to the company's latest financial report, group revenue still improved by 16 percent during the reported period to AU\$143.6 million, with the increase mainly attributed to better product performance in the North America and Latin America markets

Ainsworth also included some AU\$4.4 million (\$2.8 million) in foreign exchange losses related to the devaluation of Argentinian Pesos against USD after a **AU\$13 million (\$8.4 million) investment** in Argentina.

The Asia Pacific market contributed AU\$21 million (\$13.5 million) to the group's revenue, a 3.7 percent year-on-year drop, while its North America and Latin America & Europe segments improved 8.8 percent and 12.4 percent, respectively, to AU\$68.5 million (\$44.3 million) and AU\$45.5 million (\$29.4 million).

'The earnings performance in the Americas now represents 87 percent of the total segment result compared to 84 percent in the prior half and 83 percent in the previous corresponding period. The improved segment performance in Latin America resulted from increased outright sales generated from Argentina which are driven by strong game performance. North America contributed strongly to the Group's result but had a lower segment result as a percentage of revenue due to higher cost of sales' the group's report informed.

'Asia Pacific achieved a lower revenue in the current period compared to the prior half as well as the pcp. This was due to lower unit sales in Australia during the current period across all states with minimal corporate sales contribution and competitive market conditions'.

Ainsworth's Historical Horse Racing products and system also contributed with \$12.4 million in connection fees reported in this six-month period.

Still, the group noted it is experiencing a greater risk of regulatory and legislative change within its Australian business by state and territory governments.

'These changes include the potential introduction of additional requirements that gaming operators will be required to comply with including the potential introduction of cashless gaming systems and functionality that assists players in managing their play of gaming machines and minimises the incidence of problem gambling,' the report added.

'The Group through its membership of the industry peak body, the Gaming Technologies Association, is working with State and Territory governments to ensure any potential regulatory and legislative changes are both sustainable and functionally effective.'

asgam.com, 1.9.2023

Ainsworth revenue climbs to US\$93 million in 1H23 on improved US, Latin America performance



Australian slot machine supplier Ainsworth Game Technology reported Adjusted EBITDA of AU\$14.0 million (US\$9.1 million) and a profit after tax of AU\$4.2 million (US\$2.7 million) in the six months to 30 June 2023 – both up 1.5% year-on-year but slightly down on the December 2022 period.

However, revenues of AU\$143.6 million (US\$93.1 million) were significantly higher both year-on-year and sequentially thanks to the improved performance in its North America and its Latin America and Europe segments, marginally offset by a slower Australian market.

According to the company's 1H23 results presentation, revenue in the North American segment grew by 13% year-on-year to AU\$68.5 million (US\$44.4 million), representing 54% of total international revenue on the back of ongoing strong performance from high-denomination games. Machines under operation in North America had reached 3,073 as of 30 June, up 20% on the same period in 2022.

In Latin America and Europe, revenues grew by 50% year-on-year and by 37% over 2H22 to AU\$45.5 million (US\$29.5 million) – driven by demand and the utilization of import licenses in Argentina, which Ainsworth said accounted for 52% of unit sales.

In Asia-Pacific, revenue was down 7% year-on-year 15% compared to 2H22 to AU\$21.2 million (US\$13.7 million) on competitive market conditions.

Ainsworth CEO Harald Neumann said, "I am pleased to report that progress has continued in the current period against the strategies implemented to improve earnings from Ainsworth. I am confident that the focus on R&D to fundamentally upgrade our technology hardware and improve game performance will deliver further improvements."

Ainsworth 1H rev rises 20pct y-o-y, write-down leads to loss



Australia-listed slot machine maker Ainsworth Game Technology Ltd reported an after-tax loss of AUD3.7 million (US\$2.4 million) for the six months ended June 30, compared to an after-tax profit of AUD2.7 million in the first half of 2022.

Ainsworth – majority-owned by Austria’s Novomatic Group AG – said in a filing on Thursday that its group-wide revenue rose by 20.2 percent year-on-year, to AUD143.6 million. Revenue was up 15.7 percent sequentially.

As previously disclosed by the company, a [full write-down](#) of the carrying value of investments held in Argentina was completed in the reporting period. The firm said that “delays in court proceedings” and “minimal access to information to reliably assess the recoverability on these investments, necessitated the write-down”.

Ainsworth added: “The decision to write down these investments considered the macro-economic uncertainties and political instability in the region... These conditions have contributed to the Argentinian peso continuing to experience significant devaluation against the U.S. dollar which would have negatively impacted the company in coming periods.”

The company’s underlying profit after tax – i.e., adjusted for currency impacts and significant one-off items outside ordinary business activities – stood at AUD18.5 million, an improvement of 1.6 percent in year-on-year terms. The firm’s results for the first half included an investment write-down in the amount of AUD12.9 million.

The Asia-Pacific region – consisting of Australia, New Zealand, and Asia – accounted for slightly under 14.8 percent of Ainsworth's revenue in the reporting period. Revenue from those markets stood at AUD21.2 million for the six months ended June 30, a year-on-year decline of 6.6 percent. The figure was down 14.9 percent sequentially.

Ainsworth posted a AUD248,000 segment loss for its Asia-Pacific operations in the first half of 2023, compared to a profit of AUD2.8 million a year earlier. The firm said that was related to fixed costs and lower revenue achieved in the reporting half.

Asia-Pacific was the only regional operation posting a segmental loss.

In a presentation accompanying its results announcement, Ainsworth referred to an "increase in unit sales related to Asia", on the back of a "market recovery post pandemic".

The firm added that a "change in sales distributor and new venue openings specifically in the Philippines" was "expected to drive revenue in this market in future periods."

Company-wide earnings before interest, taxation, depreciation, and amortisation (EBITDA) were AUD14.0 million, versus AUD12.5 million in the prior-year period, said the gaming supplier. EBITDA was down 6.0 percent sequentially.

No dividend was declared for the latest reporting period. The firm said that the "dividend continues to be suspended to provide strong liquidity to allow the company to continue to invest in research and development to deliver competitive products and to navigate the volatile macro conditions in Latin America."

Harald Neumann, Ainsworth's chief executive, said in prepared remarks that "progress [in the group's performance] has continued in the current period against the strategies implemented to improve earnings from Ainsworth."

Isa-guide.de, 1.9.2023

Ausbildungsstart bei LÖWEN ENTERTAINMENT

Bingen - Zwölf Auszubildende haben am 1. September ihre Berufsausbildung in der Unternehmensgruppe begonnen.

Gestartet sind: zwei Automatenfachmänner mit Fachrichtung Mechatronik, zwei Fachinformatiker für Anwendungsentwicklung, ein Fachinformatiker für Systemintegration, zwei Industriekauffrauen, eine Kauffrau sowie zwei Kaufmänner für Büromanagement und zwei Duale Studenten – davon einer im Studiengang Bachelor of Arts Betriebswirtschaftslehre mit Fachrichtung Industrie und einer im Studiengang Bachelor of Science Informatik.

„Wir freuen uns sehr, auch 2023 einen starken Ausbildungsjahrgang in unserer Unternehmensgruppe begrüßen zu dürfen“, sagt Beate Détrie (Leiterin Personal, LÖWEN ENTERTAINMENT). „Bereits seit vielen Jahren legen wir großen Wert auf die Förderung junger Talente. Wir sehen das als Investition in die Zukunft – in die Zukunft unserer jungen Kolleginnen und Kollegen sowie die Zukunft unserer Unternehmen. Die Auszubildenden von heute sind unsere Fachkräfte von morgen. Es ist uns daher besonders wichtig, ihnen den bestmöglichen Rahmen für die berufliche und persönliche Entwicklung zu bieten.“



Die Auszubildenden von LÖWEN ENTERTAINMENT mit ihrem Ausbilder-Team: Jennifer Weinheimer (links), Tim Bessler (2. von links) und Knud Weinard (rechts). (Foto: LÖWEN ENTERTAINMENT)

Während einer mehrtägigen Einführungsveranstaltung begrüßten Geschäftsführung und das Ausbilder-Team den neuen Ausbildungsjahrgang in der Unternehmenszentrale von LÖWEN ENTERTAINMENT in Bingen. Anschließend lernen die Auszubildenden die unterschiedlichen Bereiche der Unternehmen kennen.

Insgesamt sind in der Unternehmensgruppe aktuell rund 40 Auszubildende und Duale Studenten tätig.

kleinezeitung.at, 1.9.2023

Glücksspielriese Novomatic steigert Umsätze deutlich

Obwohl der Glücksspielkonzern im ersten Halbjahr mehr Umsatz machte, ist der Gewinn um ein Fünftel gesunken. Die Mitarbeiterzahl wuchs um mehr als zehn Prozent an. Wachstumskurs auch mit Firmenübernahmen.



Novomatic verzeichnet trotz steigender Umsätze einen Gewinnrückgang

Der niederösterreichische Glücksspielkonzern Novomatic machte im 1. Halbjahr zwar mehr Umsatz, vom Gewinn bleibt aber weniger übrig. So sank das Periodenergebnis im Vergleich zum Vorjahreshalbjahr um 20 Prozent auf 98,3 Millionen Euro. Wie das Unternehmen am Freitag mitteilte, sei der Gewinnrückgang vor allem auf höhere Personalkosten, gestiegene Steuerleistung sowie höhere Zinsen und die Inflation zurückzuführen.

Die Erlöse (abzüglich Glücksspielabgaben und Wettgebühren) legten hingegen um 18,7 Prozent auf 1,38 Milliarden Euro zu. Deutlich angestiegen ist auch die Anzahl der Mitarbeiter: Diese kletterte in der ersten Jahreshälfte auf 24.590, ein Plus um 13,2 Prozentpunkte.

Mehrere Akquisitionen im In- und Ausland

Das Umsatzplus ist laut Firmenangaben auf "die gute Performance und gesteigerte Nachfrage nach Novomatic-Produkten sowie dem Zukauf von Unternehmen" zurückzuführen. Ein deutlicher Erlösanstieg wurde in Italien, Deutschland, Großbritannien und den USA verzeichnet. Im ersten Halbjahr tätigte der Glücksspiel- und Technologiekonzern mehrere Zukäufe. Im Online-Bereich baute die Greentube-Gruppe der Novomatic ihr nationales Portfolio durch die Akquisitionen der Ineor d. o. o. und der Alteatec-Gruppe sowohl im Bereich der Softwareentwicklung als auch im Bereich der System- und Plattformtechnologie weiter aus.

Im April übernahm der Glücksspielriese mit Sitz in Gumpoldskirchen die italienische 187 S.R.L., welche in 25 Spielhallen rund 630 AWP- und rund 690 VLT-Geräte betreibt.

In Österreich beschäftigt der Konzern mehr als 3000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Novoline: Anbieter von Casino-Spielen steigt in die Arena

Nach einem vorübergehenden Abstieg in die Drittklassigkeit spielt der 1. FC Kaiserslautern seit der Saison 2019/20 wieder in der 2. Deutschen Bundesliga. In der letzten Saison landete der FCK im Mittelfeld auf dem 9. Platz. Um erneut im Spitzfeld mitzumischen und den lang ersehnten Aufstieg in die Bundesliga zu realisieren, bedarf es nicht nur Kampfgeist, Moral und taktischem Geschick, sondern vor allem auch finanziell starken Mitstreitern, die dieses Vorhaben erfolgreich unterstützen. Durch die Kooperation mit Löwen Entertainment haben die Roten Teufel seit dieser Saison einen neuen, bedeutenden Exklusiv-Partner an ihrer Seite.

Novoline ist der neue exklusive Partner des 1. FC Kaiserslautern

In der kommenden Saison 2023/24 wird die in Bingen ansässige Löwen Entertainment GmbH der neue exklusive Partner des 1. FC Kaiserslautern sein.

In der anstehenden Spielzeit will der Hersteller von Geldspielgeräten mit seiner Marke Novoline bei den Roten Teufeln Präsenz zeigen. Konkret wird Löwen Entertainment mit Novoline bei den Spielen im Fritz-Walter-Stadion unter anderem auf der LED-Bande zu sehen sein, darüber hinaus auch bei allen DFB-Pokalspielen des FCK auf dem Ärmel der Roten Teufel.



Novoline Casinos

Seit 2003 ist Löwen Entertainment Teil des österreichischen Glücksspielkonzerns Novomatic, der Casinos und Sportwettlokale betreibt sowie Spielsysteme herstellt. Die Novomatic Group ist ein international agierendes Unternehmen im Bereich des Glücksspiel- und Unterhaltungssektors.

Zu den bekanntesten Marken von Novomatic gehören unter anderem Novoline, Admiral sowie Greentube. Novoline ist bisher vor allem als einer der besten Anbieter von Spielen für Online-Casinos bekannt, [das Spielangebot](#) umfasst mehrere Blockbuster wie Book of Ra und Lord of the Ocean.

Bei „Book of Ra“ handelt es sich um einen Novoline Spielautomaten mit einem ägyptischen Thema. Dieser Slot zählt zu den absoluten Favoriten unter den Spielern. Er entführt sie in das antike Ägypten, wo sie die Geschichten der Pharaonen erkunden können. Das Buch des Ra fungiert sowohl als Scatter- als auch als Wild-Symbol. Sobald drei oder mehr Bücher auftauchen, starten 10 Freispiele. Hohe Gewinne sind dank Multiplikatoren und zufälligen Symbolen möglich. Die Auszahlungsquote beträgt 94,26 Prozent und die Volatilität ist hoch.

Das virtuelle Automaten Spiel „Lord of the Ocean“ lädt die Spieler ein, die Tiefen des Ozeans zu erforschen. Das Symbol des Poseidons besitzt den höchsten Wert, während das Tor als Scatter und Wild-Symbol fungiert. Mit einer Auszahlungsquote von 95,10 Prozent können Spieler eintauchen und wertvolle Schätze finden. Die Atmosphäre und die stimmungsvollen Soundeffekte machen den Slot besonders reizvoll für Fans von Unterwasserabenteuern.

Die Kooperation stellt für alle Beteiligten eine Win-Win-Situation dar

Sowohl die Löwen Entertainment GmbH als auch die Verantwortlichen des 1. FC Kaiserslautern sind gleichermaßen begeistert von dieser Kooperation. Dies wird durch die Äußerungen der verschiedenen beteiligten Personen deutlich demonstriert.

Der Geschäftsführer des FCK Thomas Hengen begrüßt seinen neuen Partner mit den folgenden Worten: „Uns ist wichtig, eine enge Bindung zu unseren Partnern aus der Region zu knüpfen. Wir freuen uns mit Novoline über weitere Unterstützung eines regionalen Unternehmens mit Sitz in Bingen. Und wir hoffen natürlich vor allem, dass die Ärmelpräsenz im DFB-Pokal in der kommenden Spielzeit möglichst oft zu sehen sein wird.“

Oliver Bagus, Geschäftsführer der Sparte Gaming Technology bei Löwen Entertainment kann dem nur beipflichten: „Seit 70 Jahren sind wir als einer der führenden deutschen Entwickler und Hersteller von Geldspielgeräten in Rheinland-Pfalz zu Hause. Entsprechend groß ist die Freude, den FCK mit unserer Kernmarke Novoline als Exklusiv-Partner unterstützen zu dürfen – einen Traditionsverein in unserer direkten Nachbarschaft.“

Thorsten Rittersberger, Senior Director der Sportmarketing-Agentur Sportfive, meint dazu: „Wir freuen uns sehr, mit Löwen Entertainment einen neuen Sponsor in der Riege der Exklusiv-Partner des FCK begrüßen zu dürfen. Wir blicken voller Vorfreude gemeinsam mit dem neuen Partner auf die anstehende Partnerschaft und den kommenden Saisonstart.“

Die Vorteile des Fußball-Sponsorings für Unternehmen: Image, Bekanntheit und Wachstum

Auch wenn es manchmal so aussieht: [Sport-Sponsoring ist kein Selbstzweck](#). Sponsoring im Fußball bietet Unternehmen eine breite Palette von Vorteilen und Möglichkeiten, um ihre Markenbekanntheit zu steigern, ihr Image zu verbessern und geschäftlichen Nutzen zu generieren. Fußball ist eine der weltweit beliebtesten Sportarten und zieht eine immense globale Zuschauerschaft an. Durch Sponsoring können Unternehmen diese breite Fangemeinde erreichen und ihre Botschaften effektiv kommunizieren.

Zum einen kann Fußball-Sponsoring die Markenbekanntheit erheblich steigern. Das Logo des Unternehmens auf Trikots, Stadien und Werbematerialien ist einer riesigen Zuschauerschaft ausgesetzt, was zu einer verbesserten Sichtbarkeit und einem höheren Bekanntheitsgrad führt. Dies kann dazu beitragen, neue Kunden anzuziehen und bestehende Kundenbindung zu stärken.

Zum anderen kann das Sponsoring im Fußball das Unternehmensimage positiv beeinflussen. Die Assoziation mit einem beliebten und emotional aufgeladenen Sport kann dem Unternehmen Sympathie und positive Werte verleihen. Es kann als Unterstützung für die Gemeinschaft wahrgenommen werden und den Eindruck verstärken, dass das Unternehmen sich um soziale und sportliche Aktivitäten kümmert.

Darüber hinaus bietet Fußball-Sponsoring Networking-Möglichkeiten. Unternehmen können Veranstaltungen nutzen, um Geschäftspartner, Kunden und andere Sponsoren zu treffen. Dies fördert Geschäftsbeziehungen und eröffnet neue Kooperationsmöglichkeiten. Schließlich kann Sponsoring im Fußball dazu beitragen, in neuen Märkten präsent zu sein. Besonders in internationalen Wettbewerben erreicht das Sponsoring globale Märkte, was für Unternehmen mit internationalen Ambitionen von großem Wert ist.

Diese vielfältigen Vorteile sind sich selbstverständlich auch renommierte Unternehmen wie Löwen Entertainment bewusst.

Fußball-Sponsoring ist von enormer Bedeutung für die Konkurrenzfähigkeit der Vereine

Sponsoring stellt jedoch auch für die europäischen Profifußballvereine eine bedeutende Einnahmequelle dar. Insbesondere die Clubs der englischen Premier League verzeichneten in den letzten Jahren stark steigende Einnahmen aus Sponsoring. Auch die deutschen Fußball-Bundesligavereine können laut einer Auswertung des Statista Research Departments aus dem Dezember 2022 Sponsoring-Einnahmen von über einer Milliarde Euro pro Saison verbuchen.

Zu den Vereinen mit den höchsten Einnahmen von Ausrüster-Deals gehören die spanischen Teams FC Barcelona und Real Madrid. Der FC Bayern München kann laut der Auswertung ebenfalls mit Einnahmen von 60 Millionen Euro beeindrucken. In Bezug auf Trikotsponsor-Umsätze belegte der FC Bayern in Deutschland allerdings „nur“ den zweiten Platz, direkt nach dem VfL Wolfsburg.

Im gesamteuropäischen Kontext stammen viele Sponsoren aus den Bereichen Finanzdienstleistungen und Einzelhandel. Hinzu kommen vermehrt Anbieter von Wetten und Glücksspielen, zu denen auch Unternehmen wie Novoline gehören, die regelmäßig als Sponsoren auftreten. Diese Sponsorenschaften tragen zur finanziellen Stärke der Vereine bei und haben einen erheblichen Einfluss auf die Wettbewerbsfähigkeit im internationalen Fußball.

Bleibt zu hoffen, dass sie auch dem traditionsreichen FCK dabei helfen, mittelfristig wieder in der Deutschen Bundesliga Fuß zu fassen oder [wie der RB Leipzig](#) wieder einmal einen Titel zu holen.

Kurier.at, 1.9.2023



WIRTSCHAFT

Novomatic mit weniger Gewinn, aber mehr Umsatz

Der Gewinn nach Steuern des Glücksspielkonzerns sank um ein Fünftel auf 98,3 Millionen Euro.

Der Glücksspielkonzern **Novomatic** hat im 1. Halbjahr mehr Umsatz gemacht, aber weniger Gewinn erzielt. Das Periodenergebnis sank im Vergleich zum Vorjahreshalbjahr um **20 Prozent** auf **98,3 Mio. Euro**. Der Gewinnrückgang sei vor allem auf höhere Personalkosten, gestiegene Steuerleistung sowie höhere Zinsen und die Inflation zurückzuführen, teilte das Unternehmen am Freitag mit. Die Erlöse (abzüglich Glücksspielabgaben und Wettgebühren) legten um **18,7 Prozent** auf **1,38 Mrd. Euro** zu.

Das Umsatzplus ist laut Firmenangaben auf „die gute Performance und gesteigerte Nachfrage nach Novomatic-Produkten sowie dem Zukauf von Unternehmen“ zurückzuführen. Ein deutlicher Erlösanstieg wurde in Italien, Deutschland, Großbritannien und den USA verzeichnet. Im ersten Halbjahr hat der Glücksspiel- und Technologiekonzern mehrere Zukäufe getätigt.

Online-Bereich ausgebaut

Im Online-Bereich baute die Greentube-Gruppe der Novomatic ihr nationales Portfolio durch die Akquisitionen der Ineor d.o.o. und der Alteatec-Gruppe sowohl im Bereich der Softwareentwicklung als auch im Bereich der System- und Plattformtechnologie weiter aus. Im April übernahm der niederösterreichische Glücksspielkonzern mit Sitz in Gumpoldskirchen die italienische 187 S.r.l., welche in 25 Spielhallen rund 630 AWP- und rund 690 VLT-Geräte betreibt.

Die Mitarbeiteranzahl kletterte im ersten Halbjahr um 13,2 Prozent auf **24.590**. In Österreich beschäftigt der Konzern mehr als 3.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

GEWINN-IMAGE-RANKING 2023

IMAGE-Ranking 2023

Das sind die angesehensten Unternehmen des Jahres 100

Bei so vielen Votings wie noch nie verteidigt Red Bull seine Spitzenposition. Teils deutliche Verschiebungen gibt es beim diesjährigen GEWINN-Image-Ranking jedoch auf den Plätzen dahinter. Gewählt wurden zudem die Unternehmen und Marken mit dem höchsten Ansehen in acht Sonderkategorien und in 15 Branchen.

Es sind die Bezieher des Newsletters unter den GEWINN-Abonnenten und GEWINN-Leser, die sich neu registrierten, die zur Wahl der angesehensten Unternehmen des Landes eingeladen waren. Das GEWINN-Image-Ranking fand heuer zum bereits 28. Mal statt, wie in den Jahren zuvor erfolgte der Aufruf zur Stimmabgabe kurz vor der Sommerpause. Und nicht zuletzt aufgrund der deutlich gestiegenen Zahl an Newsletter-Beziehern -aktuell sind es knapp 30.000 - gab es so viele Teilnehmer wie noch nie.

Red Bull bleibt Nummer eins

Der Sieger beim GEWINN-Image-Ranking 2023 heißt wie im Vorjahr Red Bull. Damit konnte der heimische Getränkekonzern auch im ersten Jahr nach dem bedauerlichen Tod seines Gründers Dietrich Mateschitz die höchste Gunst der GEWINN-Leserschaft erlangen.

Nachdem Mateschitz im Oktober 2022 im Alter von 78 Jahren verstorben war, wurde im Mai dieses Jahres das Testament vollstreckt. Seitdem ist Mark Dietrich Mateschitz, 31, auch offiziell Alleinerbe der 49-Prozent-Beteiligung an der 1987 von Mateschitz gemeinsam mit dem thailändischen Unternehmer Chaleo Yoovidhya gegründeten Red Bull GmbH.

Der Sitz des Unternehmens ist seit damals Fuschl bei Salzburg, der Umsatz wird aber rund um den Globus erwirtschaftet. Und das Jahr für Jahr mit neuen Rekorden. So auch 2022, als mit weltweit 11,582 Milliarden verkauften Dosen gegenüber 2021 ein Plus von 18,1 Prozent erzielt wurde. Der Konzernumsatz wuchs um 23,9 Prozent von 7,816 auf 9,684 Milliarden Euro. Offiziell heißt es dazu:

"Hauptgründe für die positiven Zahlen sind die hervorragende Absatzentwicklung in nahezu allen Red-Bull-Märkten, weiterhin sehr konsequentes Kostenmanagement und die fortlaufende Intensivierung entsprechender Markeninvestitionen." Und das soll auch so bleiben: "Unsere Wachstums- und Investitionspläne sind auch für das Geschäftsjahr 2023 wieder sehr ambitioniert, sehen eine Fortsetzung der bisherigen positiven Entwicklung vor und werden, wie bei Red Bull üblich, aus dem operativen Cash-flow finanziert."

Mark Mateschitz will Aktionär sein

Erwirtschaftet werden die Red-Bull-Umsätze von zuletzt 15.779 Beschäftigten in 175 Ländern, Ende 2021 waren es noch 13.610 in 172 Ländern. Geführt wird der Konzern von einem dreiköpfigen Managementteam, das aus Franz Watzlawick als CEO Beverage Business, Alexander Kirchmayr als CFO und Oliver Mintzlaff als CEO Corporate Projects and Investments besteht. Mark Mateschitz, der sich bis dato um den Auf- und Ausbau der 2018 ins Leben gerufenen "Organics by Red Bull"-Serie gekümmert hatte, will sich nach eigenen Aussagen als Erbe auf "meine Rolle als Aktionär konzentrieren, sie interpretieren und mich so einbringen, wie ich es für sinnvoll und notwendig halte". Mateschitz folgt seinem Vater aber auch als reichster Österreicher nach. Laut "Forbes" beläuft sich sein Vermögen auf rund 34,7 Milliarden US-Dollar, womit er sich in dem Ranking der reichsten Menschen der Welt auf Platz 38 findet. Neben dem Gesamtsieg beim GEWINN-Image-Ranking erreicht Red Bull in diesem Jahr auch noch erste Plätze in den Sonderkategorien "Kapitalkraft des Unternehmens" sowie "Marketing" und "Werbeauftritt".

Erste & Sparkassen auf Platz

zwei

Grundlegend für das Image eines Unternehmens ist eine entsprechende

Präsenz in den Medien, und keiner kann das so gut wie Red Bull, das durch das Engagement sowohl im Extremsport als auch im Massensport nahezu omnipräsent ist.

Aber auch die Erste Bank & Sparkassen-Gruppe versteht sich darauf, mit ihren Werbespots ebenso für Aufsehen und Ansehen zu sorgen wie mit der Positionierung als innovative und kundenorientierte Bank. Jedenfalls bei den GEWINN-Abonnenten, die die Erste-Gruppe in diesem Jahr auf Platz zwei der angesehensten Unternehmen des Landes wählten.

Das 1819 als Erste oesterreichische Spar-Casse gegründete Finanzinstitut ist heute eine der größten Bankengruppen des Landes mit insgesamt 797 Filialen und 15.800 Beschäftigten. Gemeinsam betreuen das Leitinstitut Erste Bank Oesterreich und 49 regionale Sparkassen rund vier Millionen Kunden - knapp 230.000 davon sind laut eigenen Aussagen 2022 als Neukunden dazugekommen.

Die Erste Group Bank AG ist des Weiteren zuständig für Tochterbanken in Kroatien, Rumänien, Serbien, Slowakei, Tschechien und Ungarn, die alle zusammen rund 16 Millionen Kunden zählen.

Gemeinwohl tut auch Image gut

Was die Erste Bank & Sparkassen-Gruppe besonders auszeichnet, ist neben der starken Verankerung in der regionalen Wirtschaft ihre Gemeinwohlorientierung. So konnte sie laut eigenen Angaben im letzten Jahr unter anderem 30.000 Menschen den Traum von den eigenen vier Wänden erfüllen und 46.800 Pensionisten die Privatpension mit 290 Millionen Euro aufbessern. Aber auch 210 Millionen Euro in Solar- und Windenergie wurden investiert. Darüber hinaus sichert die Erste Stiftung als Kernaktionärin der Erste Group nicht nur deren Unabhängigkeit, sondern bietet mit der Zweiten Sparkasse Finanzdienstleistungen für Menschen, die in finanzielle Schwierigkeiten geraten sind.

Neben dem zweiten Gesamtrang darf sich die Erste Bank & Sparkassen-

Gruppe auch über den ersten Platz in der Sonderkategorie "Qualität des Managements" freuen. Stellvertretend dafür steht der Vorstandsvorsitzende der Erste Group Bank AG, Willibald Cernko, ein "anerkannter und alter Bankenhase", der seine Karriere 1983 bei der Raiffeisenkasse Obdach-Weißkirchen in der Steiermark begonnen hatte. Seitdem hat er viele verschiedene Managementfunktionen ausgeübt: in der Creditanstalt, der Bank Austria, der HypoVereinsbank oder der Unicredit Group. Von 2009 bis 2016 war er CEO der Unicredit Bank Austria AG. 2017 wechselte er in den Vorstand der Erste Group und war seit 2019 Firmenkundenvorstand der Erste Bank Oesterreich. Cernko, dessen Vertrag bis 2024 läuft, ist aber nicht nur CEO, sondern auch Chief Retail Officer in der Erste Group.

Voestalpine zurück in den top drei

Das Trio an der Spitze des GEWINN-Image-Rankings 2023 komplettiert die Voestalpine, die sich in diesem Jahr um gleich acht Plätze von elf auf drei vorarbeitet und damit das überfällige Comeback im Spitzenfeld der angesehensten Unternehmen und Marken des Landes feiern darf.

Zwar musste der weltweit führende Stahl- und Technologiekonzern mit kombinierter Werkstoff- und Verarbeitungscompetenz zuletzt im August für das erste Quartal des Geschäftsjahres 2023/24 (1. April bis 30. Juni) Einbrüche bei Ergebnis und Gewinn verzeichnen, bei der Wahl hatten die GEWINN-Newsletter-Bezieher aber noch die Anfang Juni verkündeten Rekordzahlen für das abgelaufene Geschäftsjahr im Ohr. Nach dem 2021/22 bereits ein Rekordjahr gewesen war, hatte die Voestalpine 2022/23 den Umsatz mit einem Plus von 22,4 Prozent von 14,9 auf 18,2 Milliarden Euro erneut gesteigert und mit einem Ebitda von 2,5 Milliarden Euro zudem das beste operative Ergebnis in ihrer Konzerngeschichte erzielt.

Angesichts der schwierigen Weltwirtschaftslage sind aber auch die Zahlen für das erste Quartal des aktuellen Geschäftsjahrs ein solides Ergebnis, wie Vorstandsvorsitzender Herbert Eibensteiner bei deren Präsentation betonte: "Das erste Quartal des aktuellen Geschäftsjahres war insgesamt gesehen gut. Beim Vorjahres-

vergleich gilt es zu bedenken, dass wir uns hier mit dem besten Quartal der Konzerngeschichte messen. Unser Alleinstellungsmerkmal ist die Diversifikation sowohl nach Branchen wie auch nach Regionen. Damit sind wir für die Zukunft robust aufgestellt."

Premiumlösungen und CO₂-Pionier

Tatsächlich zählt die global tätige Voestalpine-Gruppe mit ihren Premium-Produkt- und -Systemlösungen zu den führenden Partnern der Automobil- und Hausgeräteindustrie sowie der Luftfahrt-, Öl- und Gasindustrie und ist darüber hinaus Weltmarktführer bei Bahninfrastruktursystemen, bei Werkzeugstahl und Spezialprofilen.

Aber auch in Sachen Nachhaltigkeit ist die Voestalpine mit ihren rund 51.200 Beschäftigten ein Pionier in der weltweiten Stahlindustrie. Mit dem Investitionsprogramm Greentec Steel werden in den nächsten vier Jahren 1,5 Milliarden Euro investiert. Bis zu 30 Prozent der CO₂-Emissionen können damit im Konzern ab 2027 eingespart werden, das sind fast fünf Prozent der CO₂-Emissionen Österreichs. Bis 2050 will die Voestalpine CO₂-neutral sein.

Die Auf- und Absteiger des Jahres

Aus den top drei gerutscht ist 2023 der Verbund, der wohl für die im letzten Jahr erzielten Übergewinne abgestraft wurde. Trotzdem bleibt Österreichs führendes Energieunternehmen unter den top zehn und darf sich mit dem Sieg in der Sonderkategorie "Corporate Social Responsibility/Nachhaltigkeit" trösten. Als neuer Kooperationspartner des GEWINN-Jungunternehmer:innen-Wettbewerbs hat der Verbund zudem die Möglichkeit, sich künftig noch stärker als innovativer Unterstützer der heimischen Wirtschaft zu positionieren.

Das Comeback des Jahres in den top zehn feiert jedoch Andritz. Der internationale Technologiekonzern macht einen großen Satz nach vorne: von Platz 17 im Vorjahr auf Platz fünf 2023.

Aufsteiger des Jahres sind die Österreichischen Bundesforste, die sich von Rang 76 auf Rang 17 vorarbeiten. Neu unter den top 100 finden sich in diesem Jahr Hornbach auf Platz 89 und die Stadt Wien, zu der auch die Nennungen Wien Holding und Wie-

ner Stadtwerke gezählt werden, auf Platz 86.

Aufgrund der Zahl an Nennungen eigens gelistet wird hingegen Wien Energie, die in diesem Jahr leider den Titel "Absteiger des Jahres" aufgebremmt bekommt. 2022 noch im vorderen Drittel platziert, bedeuten minus 48 Plätze heuer nur Rang 72. G

So wurde gewählt

Durchgeführt wurde das 28. GEWINN-Image-Ranking im Juni 2023. Als Jury fungierten die mittlerweile knapp 30.000 Bezieher des Newsletters unter den GEWINN-Abonnenten sowie GEWINN-Leser, die sich neu registrierten. Zur Auswahl standen die 100 bestgereihten Unternehmen aus den Image-Rankings der Vorjahre. Zusätzlich gab es die Möglichkeit, für jede Kategorie individuelle Nennungen vorzunehmen. Neben der Wahl der 100 Marken und Unternehmen mit dem besten Image hierzulande wurde auch entschieden, wer in welcher von 15 Branchen das höchste Ansehen genießt und welche Kandidaten in welchen Sonderkategorien besonders gut performen.

Diese Unternehmen haben das beste Image im Land

- 1 Red Bull
- 2 Erste Bank & Sparkassen (Gruppe)
- 3 Voestalpine
- 4 Interspar/Spar (inkl. Hervis)
- 5 Andritz
- 6 Verbund
- 7 Hofer (inkl. Reisen, Hot)
- 8 Wienerberger
- 9 AVL List
- 10 Post
- 11 Apple
- 12 Mayer-Melnhof
- 13 Falkensteiner
- 14 Palfinger
- 15 OMV
- 16 A1 Telekom Austria
- 17 Österreichische Bundesforste
- 18 AT&S
- 19 KTM
- 20 ÖBB
- 21 Sonnentor
- 22 XXXLutz Möbel
- 23 Infineon
- 24 BMW (Austria, Steyr)
- 25 Fronius
- 26 Raiffeisen Gruppe**
- 27 Vamed
- 28 Oberbank
- 29 Uniqa
- 30 Microsoft
- 31 Boehringer Ingelheim

32 EVN
33 Lenzing
34 Strabag
35 Dm
36 Porsche Austria (inkl. Audi, Škoda, VW)
37 Flughafen Wien
38 Novomatic (Vorjahr Platz 45)
39 Henkel
40 Porr
41 Westbahn
42 Magenta (vorm. T-Mobile)
43 Borealis
44 Ottakringer
45 Do & Co
46 Asfinag
47 Casinos Austria
48 Lkw Walter
49 Zotter
50 Lidl
51 Ikea
52 Gebrüder Weiss
53 Manner
54 Rauch
55 Münze Österreich
56 Rewe (inkl. aller Marken)
57 DB Schenker
58 Hotel Sacher

59 Drei Hutchison
60 Energie AG
61 Wiener Städtische (VIG)
62 Agrana
63 Egger Holz
64 Alpla
65 Liebherr
66 Siemens
67 Nestlé/Nespresso
68 Samsung
69 Rosenbauer
70 Austrian Airlines
71 Kapsch
72 Wien Energie
73 Mercedes
74 Amag
75 Unicredit Bank Austria
76 Bosch
77 Wiener Linien
78 FACC
79 Generali
80 Mondi
81 TUI Österreich
82 Allianz Elementar Versicherung
83 RHI Magnesita
84 Magna
85 Blum

86 Stadt Wien (Wien Holding, Wr. Stadtwerke)
87 Ruefa
88 Miba
89 Hornbach Baumarkt GmbH
90 Leyrer + Graf
91 ams AG 92 Salzburg AG
93 ORF
94 Plansee
95 Peek & Cloppenburg
96 Wüstenrot
97 Volksbanken
98 Energie Allianz Austria
99 Anton Paar
100 Mediamarkt/Saturn 85 m
Unabhängig von der Gesamtwertung und den Sonderkategorien wurden die besten Unternehmen in 15 Branchen gewählt. Heuer erstmals werden die top fünf ausgewiesen -ausgenommen bei Papier/Holz aufgrund zu weniger Nennungen. Beim Ergebnis gab es im Vergleich zum Vorjahr kaum Veränderungen. Neue Sieger sind in diesem Jahr Andritz, Post, Infineon, Magenta und Porsche. Alle fünf waren aber auch im Vorjahr bereits unter den top drei platziert.

Österreich: Liga und Verband verlängern Zusammenarbeit mit Sponsoringpartner



Quelle: ÖHB

Der blaue Schriftzug Admiral auf gelbem Hintergrund zielt seit mittlerweile sechs Jahren die Trikots der A-Nationalteams der Männer und Frauen und ist in sämtlichen Hallen der HLA Meisterliga auf Bodenfolien und LED-Banden prominent präsent. Und so wird das auch in den kommenden beiden Saisons sein, denn Sportwettenanbieter Admiral verlängerte die Partnerschaften bis Juni 2025 und fungiert weiterhin als offizieller Wettpartner von ÖHB und HLA.

In den vergangenen sechs Jahren realisierte der ÖHB gemeinsam mit Admiral viele Projekte, die weit über das klassische Sponsoring hinausgehen. So konnte mit der Unterstützung von Admiral im Januar 2018 das Österreich-Haus powered by Admiral in der Vorrunde der EHF EURO 2018 in Porec (CRO) realisiert werden. Admiral fungiert zudem seit einigen Jahren als Gastgeber diverser Pressekonferenzen des ÖHB oder auch dem HLA Media Day.

Zusätzlich setzt Admiral auf die breite TV-Präsenz im heimischen Handball mit Werbeflächen auf den Trikots der Nationalteams, Bodenflächen, LED-Banden-Präsenz, Interviewwänden oder TV-Presenter-Spots. Zudem wurden auch im Social Media-Bereich diverse Projekte realisiert. Die Partnerschaft wird nun um zwei weitere Spielzeiten, sowohl mit dem ÖHB als auch den Handball Ligen Austria bis 2025 verlängert und darf sich dabei auf das Handball-Super-Jahr 2024, mit Männer-EURO und der Heim-EURO der Frauen, einstellen.

Jürgen Irsigler, Geschäftsführer Admiral Sportwetten GmbH, sagte zu der Verlängerung der Partnerschaft: "Wir können seit dem Start der Zusammenarbeit auf sechs erfolgreiche und vertrauensvolle Jahre zurückblicken. Die Entwicklungskurve des österreichischen Handballs zeigt eindeutig in die richtige Richtung. Es freut uns daher auch in den kommenden Jahren diesen professionellen Weg des ÖHB und der HLA weiter aktiv als treuer Partner begleiten zu dürfen."

"Mit Admiral als langjährigem Partner an unserer Seite, konnten wir bereits viele Erfolge und Qualifikationen feiern", so Markus Plazer, Präsident Österreichischer Handballbund: "Mit der nun bevorstehenden Europameisterschaft der Männer in Deutschland, sowie unserer Heim-EURO der Frauen, erwarten uns gleich zwei große Highlights im kommenden Jahr. Wir freuen uns sehr, mit Admiral dabei einen treuen und wertschätzenden Partner an unserer Seite zu wissen."

"Admiral ist einer der stärksten und zuverlässigsten Partner des österreichischen Sports", erklärte Boris Nemsic, Präsident Handball Ligen Austria: "Als HLA sind wir daher sehr stolz, auch in Zukunft Teil ihres Portfolios zu sein und werden dieses Vertrauen auch in Zukunft mit guten Werbewerten zurückzahlen. Wir freuen uns sehr auf die weitere Zusammenarbeit und zwei weitere, spannende Saisons mit Admiral."

intergameonline.com, 29.8.2023

Greentube releases Rise of Tut Magic

Greentube has released a fresh Egyptian-themed slot in Rise of Tut Magic.



The high volatility title sees 12 free spins triggered if three or more bonus symbols land. The free spins also offer a symbol upgrade feature.

At the start of the feature, up to five symbols are automatically upgraded to higher paying symbols and if a fully expanded wild appears, another symbol upgrade will trigger.

The free spins feature can be retriggered during the bonus if one, two or three scattered wilds land.

Bernd Baumert, director of games production and operations at Greentube, Novomatic's Digital Gaming and Entertainment Division, said Rise of Tut Magic offers "engaging gameplay, classic design and exciting bonus features and mechanics."

Baumert added: "We are fully expecting this new title to be a huge hit with operators and players alike and cannot wait to see how it performs following its release."

europeangaming.eu, 29.8.2023

Greentube delivers another epic Egyptian adventure in Rise of Tut™ Magic



Greentube, the NOVOMATIC Digital Gaming and Entertainment division, is taking players back to the golden age of the Pharaohs in its latest release Rise of Tut™ Magic.

This high-volatility Egyptian-themed slot offers players a chance to get their hands on ancient treasures by way of classic slot gameplay and lucrative bonus features, including expanding wilds and free spins with upgrade symbols.

Should players land three or more bonus symbols anywhere on the reels they will automatically trigger 12 free spins featuring a special symbol upgrade feature that significantly ups the ante.

At the start of the feature, up to five symbols are automatically upgraded to higher-paying symbols. If at any time a fully expanded wild symbol appears, then another symbol upgrade will trigger.

The free spins feature can be retriggered during the bonus if one, two or three scattered wild symbols land on the reels, meaning one, three or five additional free spins are awarded respectively.

In certain jurisdictions, Greentube offers a Buy Bonus feature that can be activated during base gameplay. This automatically activates the free spins for 87x the player's total bet.

Bernd Baumert, Director of Games Production and Operations at Greentube, said: "Rise of Tut™ Magic is another Egyptian treasure within Greentube's game portfolio thanks to its truly engaging gameplay, classic design and exciting bonus features and mechanics. We are fully expecting this new title to be a huge hit with operators and players alike and cannot wait to see how it performs following its release."

yogonet.com, 29.8.2023

Greentube releases new Ancient Egypt-themed online slot Rise of Tut Magic



Greentube has announced a new Egyptian-themed adventure slot titled **Rise of Tut Magic**. **Novomatic's** Digital Gaming and Entertainment division describes the online slot as taking players back to the "golden age of the Pharaohs" through its gameplay.

"This high-volatility Egyptian-themed slot offers players a chance to get their hands on ancient treasures by way of classic slot gameplay and lucrative bonus features, including expanding wilds and free spins with upgrade symbols," Greentube described the game.

Should players land three or more bonus symbols anywhere on the reels they will automatically trigger 12 free spins featuring a special symbol upgrade feature that "significantly ups the ante."

At the start of the feature, up to five symbols are automatically upgraded to higher-paying symbols. If at any time a fully expanded wild symbol appears, then another symbol upgrade will trigger.

The free spins feature can be retriggered during the bonus if one, two, or three scattered wild symbols land on the reels, meaning one, three, or five additional free spins are awarded respectively.

In certain jurisdictions, **Greentube offers a Buy Bonus feature that can be activated during base gameplay.** This automatically activates the free spins for 87x the player's total bet.

Bernd Baumert, Director of Games Production and Operations at Greentube, said: "Rise of Tut Magic is another Egyptian treasure within Greentube's game portfolio thanks to its **truly engaging gameplay, classic design, and exciting bonus features and mechanics.** We are fully expecting this new title to be a huge hit with operators and players alike and cannot wait to see how it performs following its release."

Isa-guide.de, 29.8.2023

GAT Bogotá: NOVOMATIC BLACK EDITION II cabinets arrive in Colombia and Central America

Following the launch of the NOVOVISION™ casino management system in Cartagena, NOVOMATIC Gaming Colombia arrives at GAT Expo – Bogota with its BLACK EDITION II cabinet series that puts design and user experience of land-based operations at centre stage.



Gumpoldskirchen/Bogotá – Bogotá is shaping up to be the next milestone on the Colombian gaming world's agenda, and industry leader NOVOMATIC Gaming Colombia is not far behind, promising once again to be a trendsetter with the launch of its BLACK EDITION II cabinet series, four Linked Progressive Jackpots and a revamped line of circular signage solutions.

In a world where online gaming is constantly growing, land-based casinos and gaming equipment manufacturers face exciting challenges. Gaming rooms offer something unique and valuable that online gaming cannot replicate: the immersive and exciting experience that can only be found in the physical world.

Against this backdrop, NOVOMATIC has developed the BLACK EDITION II cabinet series with the primary objective of providing an environment that immerses players in unparalleled depth and appeal. Manuel Del Sol, CEO of NOVOMATIC Gaming Colombia, shares his vision: "Our BLACK EDITION II aims to create an environment that offers players an immersive experience, something that can only be fully achieved in the physical environment. Although the online and land-based segments share the same activity, they are completely different in terms of behaviour and unique selling propositions. It is essential to embrace these differences to ensure the long-term development and sustainability of both segments."

The BLACK EDITION II cabinet series are characterised by their modern design, perfectly angled displays, crisp gaming presentation, integrated topper, high-performance sound system, a contrasting LED lighting concept with intelligent colour effects synchronised to the gaming action and a striking "Black Metro" finish. These features are infinitely reproduced in each of the models that will be present at GAT Expo - Bogota: the BLACK EDITION II XL 3.32 cabinet with 3 x 32" screens and the BLACK EDITION II 3.27 with 3 x 27" screens.



BLACK EDITION II XL (Image: Novomatic AG)

What's new in Linked Jackpots



FUNMASTER (Image: Novomatic AG)

NOVOMATIC will unveil a triad of linked jackpots with an innovative series of circular signs. This offering will include the compelling IMPERA LINK™ Series 2, which houses 41 games and 4 levels of excitement in harmony with the BLACK EDITION II 3.27 cabinet. To further enrich this unique experience, the perfect duo emerges: the Superia CASH CONNECTION™ Volume 2 linked jackpot, with its 15 LOCK 'N' WIN titles and four prize levels, complements the BLACK EDITION II XL 3.32 cabinet. The fusion continues with the NOVO LINE™ CASH CONNECTION™ Edition 4 game-mix, integrated into the MASTER SL™ 3.32, offering a selection of 20 LOCK 'N' WIN titles and four levels of exciting rewards.

Julian Bernal, Sales Officer of NOVOMATIC Gaming Colombia, highlights: "State-of-the-art technology and maximum creativity are the features that will captivate and surprise the players. Our 100% circular signs have already proven successful in the North American market and together with our linked jackpots and BLACK EDITION II cabinets are the ideal solutions for our land-based customers in Colombia and Central America."

The event will also mark the debut of the Superia CASH CONNECTION™ Volume 1 linked jackpot and FUNMASTER cabinet. This cabinet is an affordable engineering gem ideal for optimising the machine park in gaming venues and, together with the Superia CASH CONNECTION™ Volume 1 Progressive mix, offers players ten exciting LOCK 'N' WIN titles and two levels of jackpot prizes.

GAT Expo – Bogotá 2023 will take place on September 8th at the Sheraton Bogotá Hotel. A unique day where attendees will be able to experience first-hand how NOVOMATIC is redefining land-based gaming.

oehb.at, 28.8.2023

ADMIRAL verlängert mit ÖHB und HLA um weitere zwei Jahre

Der blaue Schriftzug ADMIRAL auf gelbem Hintergrund zierte seit mittlerweile sechs Jahren die Trikots der A-Nationalteams der Männer und Frauen und ist in sämtlichen Hallen der HLA MEISTERLIGA auf Bodenfolien und LED-Banden prominent präsent. Und so wird das auch in den kommenden beiden Saisons sein, denn Sportwettenanbieter ADMIRAL verlängerte die Partnerschaften bis Juni 2025 und fungiert weiterhin als offizieller Wettpartner von ÖHB und HLA.



In den vergangenen sechs Jahren realisierte der ÖHB gemeinsam mit ADMIRAL viele Projekte, die weit über das klassische Sponsoring hinausgehen. So konnte dank der Unterstützung von ADMIRAL im Jänner 2018 das Österreich-Haus powered by ADMIRAL in der Vorrunde der EHF EURO 2018 in Porec (CRO) realisiert werden. ADMIRAL fungiert zudem seit einigen Jahren als Gastgeber diverser Pressekonferenzen des ÖHB oder auch dem HLA MEDIA DAY.

Zusätzlich setzt ADMIRAL auf die breite TV-Präsenz im heimischen Handball: Egal ob auf den Trikots der Nationalteams, Bodenflächen, LED-Banden-Präsenz, Interviewwänden oder TV-Presenter-Spots – ein Handball-Spiel der Nationalteams oder in der HLA MEISTERLIGA ohne ADMIRAL, schier unvorstellbar.

Dank der Unterstützung von ADMIRAL konnten darüber hinaus im Social Media-Bereich diverse Projekte realisiert werden. Die erfolgreiche Partnerschaft wird nun um zwei weitere Spielzeiten, sowohl mit dem ÖHB als auch den HANDBALL LIGEN AUSTRIA, bis 2025 verlängert und darf sich dabei auf das Handball-Super-Jahr 2024, mit Männer-EURO und der Heim-EURO der Frauen, einstellen.

Jürgen Irsigler, Geschäftsführer ADMIRAL Sportwetten GmbH: „Wir können seit dem Start der Zusammenarbeit auf sechs erfolgreiche und vertrauensvolle Jahre zurückblicken. Die Entwicklungskurve des österreichischen Handballs zeigt eindeutig in die richtige Richtung. Es freut uns daher auch in den kommenden Jahren diesen professionellen Weg des ÖHB und der HLA weiter aktiv als treuer Partner begleiten zu dürfen.“

Markus Plazer, Präsident Österreichischer Handballbund: „Mit ADMIRAL als langjährigem Partner an unserer Seite, konnten wir bereits viele Erfolge und Qualifikationen feiern. Mit der nun bevorstehenden Europameisterschaft der Männer in Deutschland, sowie unserer Heim-EURO der Frauen, erwarten uns gleich zwei große Highlights im kommenden Jahr. Wir freuen uns sehr, mit ADMIRAL dabei einen treuen und wertschätzenden Partner an unserer Seite zu wissen.“

Boris Nemsic, Präsident HANDBALL LIGEN AUSTRIA: „ADMIRAL ist einer der stärksten und zuverlässigsten Partner des österreichischen Sports. Als HLA sind wir daher sehr stolz, auch in Zukunft Teil ihres Portfolios zu sein und werden dieses Vertrauen auch in Zukunft mit guten Werbewerten zurückzahlen. Wir freuen uns sehr auf die weitere Zusammenarbeit und zwei weitere, spannende Saisons mit ADMIRAL.“

Soloazar.com, 24.8.2023

Novomatic is excited to announce their participation in the 15th edition of EAE on September 5th

(Bucharest, SoloAzar Exclusive).- Valentin-Adrian Georgescu, CEO of NOVOMATIC Romania, granted an interview to SoloAzar, in which he spoke about the company's participation in the 15th edition of the Entertainment Arena Expo, starting September 5th in Bucharest, the must-attend B2B industry event of the region. He also talked about the launch of their stunning Impera Line HD v.9 Cabinet, among other topics.



How are you preparing for this 15th edition of EAE and what are your expectations?

As you have come to expect, we aim to surprise our visitors with attractive products, offers and advantageous programs. The stars of this edition of the Entertainment Arena Expo are five types of Progressive packages, which include a selection of innovative games with special features. We have prepared a special program for NOVOMATIC gaming equipment conversions, in accordance with the new Romanian legislative norms.

I am proud to announce that our team is making remarkable efforts to create a truly special and unique show edition. Therefore, for EAE, we have worked on a new concept for the stand, both in terms of design and promotions.

What novelties are you planning to launch at this edition of EAE 2023?

The most popular and successful game mix, Impera Line HD™, will be launched in Romania in a new version, Edition 9. This game compendium brings a sophisticated selection of classic NOVOMATIC games as well as new releases, and its user-friendly menu helps players easily identify their preferences.

We are excited to present the latest cabinet releases, among which the BLACK EDITION II series stands out. It offers extended flexibility through three new cabinet versions: BLACK EDITION II 3.27, BLACK EDITION II XL 3.32, and BLACK EDITION II 1.49J. All three versions impress with their captivating, sophisticated design and optimal visibility of the games. Additionally, they stand out with the harmonious contrast created by the black finish and the innovative LED lighting concept.

What does the Romanian public like most about your products/services?

A major success in Romania is the Impera Line HD™ platform with all compatible cabinets. Other very popular offers are our market-specific programs dedicated to boosting the profitability of our customers' business. The most popular of these is the buyback program that we have been running for some years now.

What is your assessment of the company's performance at the events you attended during the first half of the year?

The primary focus during the first half of the year was ICE in London, where the company's performance was highly impressive. NOVOMATIC demonstrated a strong presence and engagement at this event, showcasing a stunning variety of products and services. Our Romanian customers were particularly taken by the introduction of exciting new technologies, including the linked Progressive jackpot packages.